デジタル素材ライブラリ CONTAINS 1DISC

Windows/Macintosh両対応

Bitstream社製欧文 TrueTypeフォント付き

パーソナルフォント60

With 活用Book

Fonts by Bitstream Inc.

深沢英次&インプレス編集部 編



インプレス

CREDIT

はじめに

今までデザインに縁のなかった人でも、パソコンやカラープリンタを手に入れれば、年賀状やクリスマスカードのほか、個人ホームページを作ったり、お店のPOPやメニューまでも手軽に自作することができるようになりました。

もちろん、最初からプロデザイナーのように上手に作るのは難しいけれど、自作のカードやPOPは、出来合いのものと違った“あなたらしさ”をアピールしてくれることでしょう。

では、どうすればカッコいいデザインができるのでしょうか？ 色や写真の使い方はもちろんですが、みなさんにもっと注目していただきたいのが「フォント」。同じ文章でも書体を変えることによって、ガラリと雰囲気が変わってしまうことがあるのです。特に欧文フォントは文字デザインのバリエーションが非常に豊富ですから、ちょっと他の人に差をつけたいという人は、これを活用しない手はありません。

本書は1999年10月に発売され大変な好評を博した『TrueTypeフォントパーフェクトコレクション』の姉妹編として企画されました。『パーフェクトコレクション』には、フォントの品質に定評のある米国ビットストリーム社よりライセンスを受けて日本で選択した、500書体もの欧文TrueTypeフォントを収録しています。この500書体は長い文章を組むときに使えるようなオーソドックスな書体が中心でした。しかし、私たち日本人がデザイン上のアクセントとして必要とする欧文フォントは、タイトルや見出し専用のディスプレイフォントやファンシーフォントなどが多いようです。本書ではそういうフォントのことをパーソナルフォントと呼んでいます。

そこで、今回はカード制作やPOP、ホームページのタイトルロゴなどを作るうえで役に立つフォントだけを厳選し、60書体収録しました。もちろん、Windows用だけじゃなくMacintosh用にも同じ書体が収録されています。

また、書体見本は実際にインストールしなくてもそのフォントのイメージがわかるように、ディテールまでわかる大きなポイントで印刷してあります。

さらに、これらのフォントを活用していただくため、さまざまな作例やフォントに関するコラムなども掲載しています。

カードやPOP作成のほか、ホームページやパーソナルDTPなど、ぜひ欧文フォントを活用して新しいデザインに挑戦してみてください。本書がみなさんの表現力を広げるお手伝いとなることを期待しています。

2000年5月
深沢英次 & インプレス編集部

目次 Contents

本書の使い方

本書の構成は、欧文フォントを使ったデザインの作例とフォントの基礎知識、付属CD-ROMの使い方、そして付属CD-ROMに収録されているフォントの見本帳に分かれています。

「作例でわかる効果的なフォントの使い方」には、収録されているフォントを有効活用していただくためのアイデアやヒントが掲載されています。ぜひ本書の作例を参考にして、ご自分のオリジナルデザインに挑戦してみてください。なお、作例や文章中に出てくる人物や団体は架空のものです。

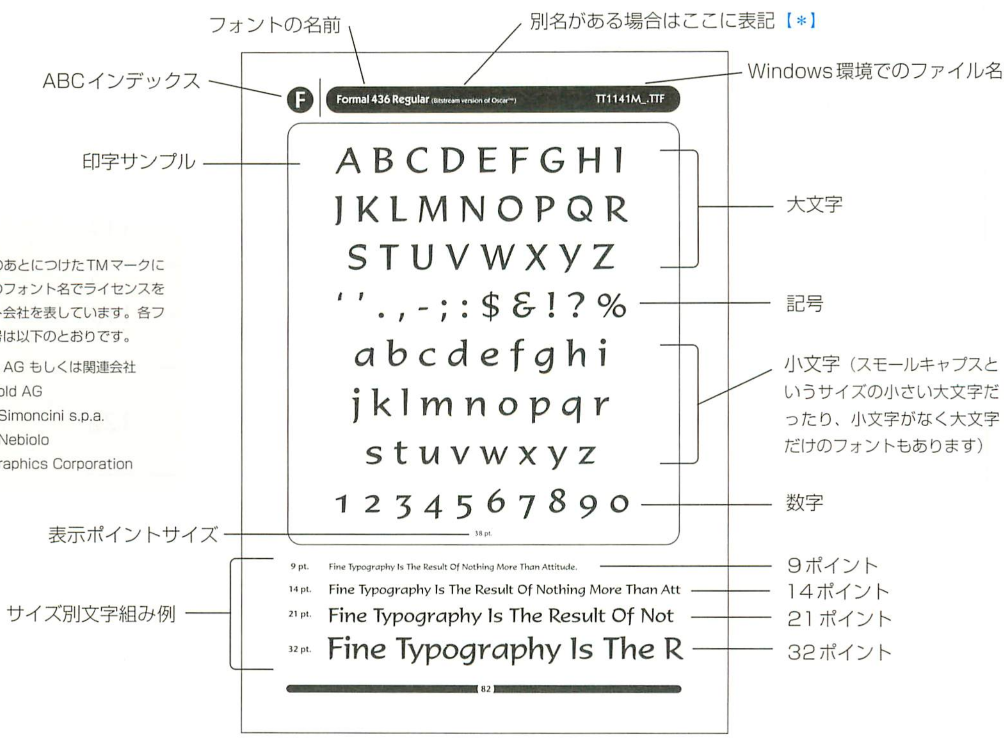
CD-ROMに収録されているフォントはTrueType（トゥルータイプ）形式です。Windows用とMacintosh用の両方が入っていますので、ご自分のマシン環境に合わせてインストールしてください（インストール方法は47ページを参照）。CD-ROMに入っている60のフォントをすべてパソコンにインストールしてしまうと、システムが重くなったりOSが不安定になることがありますので、本書の見本帳から使用したいフォントを選んでご自分のマシンにインストールしてください。

見本帳の読み方

53ページから始まる「収録フォント見本帳」では、1フォントにつき1ページを使っていますので、その書体のデザインが細かなところまでよくわかります。ページは上から、フォント名とファイル名、印字サンプル、そしてポイントごとの文字組み例で構成されています（下図参照）。

フォント名の表記はビットストリーム社の製品名を採用しています。パソコンのフォントメニューで選ぶ場合は、ファミリー名が省略されたり、BT（ビットストリーム社の略号）という文字がつく場合もあるのでご注意ください。また、その書体デザインに対して一般的に呼称されている書体名が別にある場合には、それも掲載するようにしています。

ファイル名はWindows環境でのファイル名です。Windowsをご利用の方はこのファイル名のフォントをご自分のマシンにインストールしてください。Macintosh環境ではフォント名とファイル名はほぼ同じですので、そちらを参照してください。



【＊】

フォントの別名のあとにつけたTMマークに続く番号は、そのフォント名でライセンスを所有するフォント会社を表しています。各フォント会社の番号は以下のとおりです。

2	Linotype AG もしくは関連会社
5	H. Berthold AG
7	Officine Simoncini s.p.a.
16	Societa Nebiolo
18	Visual Graphics Corporation

作例でわかる
効果的なフォントの使い方

Font graphic example

自分だけのロゴを作ってみましょう

LOGO TYPE

ただ文字を打っただけではロゴにならない
（フォントはHelvetica Regular）

書体をパーソナルフォントに変えてみよう

LOGOTYPE
Maximus Regular（P91掲載）

LOGOTYPE
Space Bold（P104掲載）

LOGOTYPE
Millenium Bold Extended（P92掲載）

そのままでもかまわないが、サイズや比率を変えてみたり、バックに地色を引くなど、ひと工夫することでオリジナリティあふれるロゴタイプが完成する

LOGOTYPE

LOGOTYPE

ロゴ、正式にはロゴタイプ（Logotype）といいます。もともとロゴタイプというのは「and」や「the」など、よく使われる単語や連字をひとつの鉛活字に鋳込んだものを指しました。しかし、現在では鉛活字はほとんど使われなくなり、ロゴは会社名や商品名などの商標をシンボルマークにデザインしたものを指すようになったのです。

大きな企業などではCI（コーポレート・アイデンティティ）といって、その会社で使用する社名ロゴや製品ロゴの扱いを細かくマニュアル化しているところもあります。その会社や製品のトータルイメージを決定する大切な要素なのです。

自分でお店をやっている人や、バンドを組んでいる人、サークルを作っている人などは、ぜひオリジナルのロゴを作ってみましょう。作ったロゴは名刺に入れたり、ラベル用紙にカラーでプリントして、身の回りの小物に貼り込んだりと、いろいろな使い方が考えられます。

さて、ロゴのデザインといっても、特に決まりがあるわけではありません。イメージを伝えることができればいいのです。しかし、マークとは違い、あくまでも会社や製品などの名前なので、可読性にこだわらないといっても、まったく読めないところまで崩してしまうことはあまりしません。かといって、オーソドックスな書体で組んだだけでは印象に残るロゴにならないのです。

そこでよく使われるのが、デザインに特徴のあるフォントを使って文字を組み、それをロゴのベースにするケースです。もちろん最初から手書きでレタリングしてもかまいませんが、バランスよく描き文字をレタリングするのは非常に難しいのです。

ロゴはカタカナでも漢字で作ってもかまいません。しかし、日本語の書体は画数や文字数が多いため、デザインに特徴のあるフォントがあまり流通していません。最初はやはりアルファベットでロゴを作るのが簡単です。本書に付属のパーソナルフォントを使って、個性的でカ

ッコいいロゴを作ってください。本書のフォントは個性的なものが多いので、そのまま文字を組んだだけでも充分ロゴとして通用するものができますが、中の1文字だけ大きくしたり、色を反転させたりと、ちょっと手を加えてみることで、さらに楽しいロゴが作れます。

MEET DE MEAT

とりあえず店名を入力して、いろいろなフォントに変えてみる

MEET DE MEAT
MEET DE MEAT
Meet de Meat

イメージにあったフォントを探そう

MEET DE MEAT

すべての字に目玉がついていると、ちょっとうるさい

MEET DE MEAT

最初の字だけサイズを大きくすれば、目玉が強調される

精肉店のロゴ

パーソナルフォントにはさまざまなイメージのものがあります。重厚で落ち着いた感じのものや、ポップで楽しい感じのものなど、伝えたいイメージとうまく合わせることで効果を発揮します。

ちょっとおしゃれな感じのお肉やさん「ミート・デ・ミート」のロゴは、Eyeballsというフォントを使っています。この書体はひと昔前のアメリカン・コミック風のデザインで、いちばんの特徴は目玉がついていることです。なんかユーモラスな感じがしますよね？

MEAT SHOP
ミート・デ・ミート
MEET DE MEAT

Eyeballsには小文字がないのですが、そのかわり目玉のついていない大文字が入っています。今回のロゴでは最初のMだけを目玉付きにして、ほかの文字よりも大きくしました。あとはMEAT SHOPという文字とカタカナの名前を小さくつけて完成です。目的のイメージどおり、楽しい感じのロゴに仕上がりました。

ABCDEFG 123456 EYEBALLS

（P75掲載）

輸入雑貨店のロゴ

FanBoxは小さいけど品物のセンスがいいので評判の輸入雑貨のお店です。ここのロゴは社名をOld Dreadful No.7というフォントで組んでいます。

FanBox

輸入雑貨の店

Old Dreadful No.7の特徴は、なんといっても1文字ずつがまったく違ったイメージのイラスト風デザインになっていることです。文章や意味のある言葉をこのフォントで組むことはしないでしょうが、楽しい割に格調高い感じもして、FanBoxのような雑貨のお店にはぴったりのフォントだと思いませんか？

abcdefghijklm

ABCDEFGHIJ

1234567890

(P94掲載)

Old Dreadful No.7のようなフォントを使ってロゴを作る場合は、文字数が少ない方がおもしろさが出るだろう

美容院のロゴ

自称“カリスマ美容師”の渡部さんは、お店のロゴを考えるときに、いろいろなフォントで見本を作ってみました。しかし、シブイ店名ロゴを狙っていたのですが、WATANABEという店名のためか、なかなか思ったようにカッコよくできあがりません。そこで方向転換。カッコイイ系はあきらめて、“楽しい”系で攻めてみようと思い立ったのです。選んだフォントはShotgun Regular。なんとなくパックマンを連想させる、かわいいフォントです。見ているとスキップしたくなるような感じ。渡部さんのキャラから言っても、どうやらこちらを選んで正解だったみたい。

HAIR SALON
WATANABE

HAIR SALON
WATANABE

→

HAIR SALON
WATANABE

(P98掲載)

HAIR SALONの部分までShotgunフォントにしてしまうと、ちょっとくどくなりすぎる

ABCDEFGHIJK

(P99掲載)

Shotgunフォントのファミリーには白抜き文字の「Shotgun Blanks」もある

フロッピーディスクや MOディスクのラベル

フロッピーやMOのディスクがいつの間にか引き出しの中いっぱいになっていて、どこにどのデータが入っていたか、わからなくなっちゃうことってありませんか？ それに、仕事で他の人にデータを渡すときにも、誰のディスクなのかすぐにわかるよう印をつけておきたいものです。

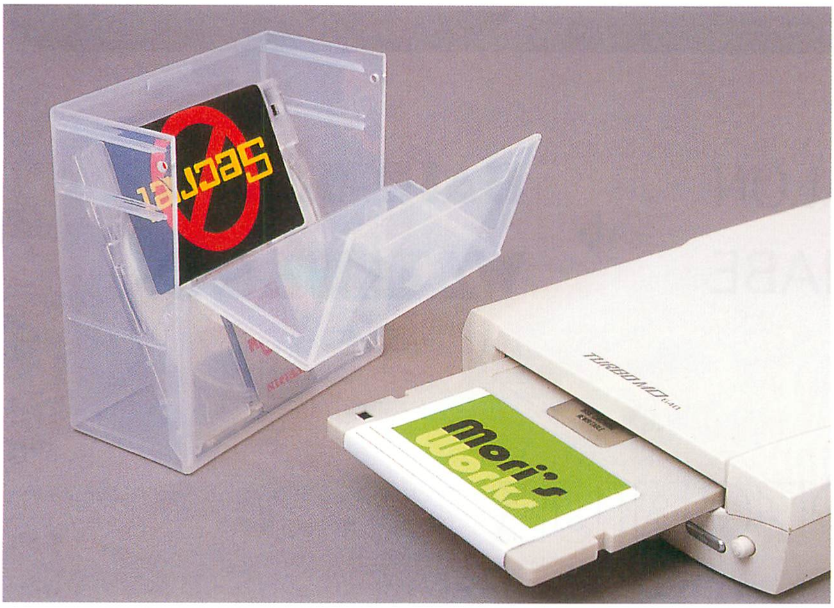
いつもはディスクに付属のラベルにサインペンで内容を記入しているだけの人も、ぜひ自分だけのディスクラベルを作ってみてはいかがでしょうか。

作り方は簡単です。70mm×70mmの枠を引いてその中にデザインするだけ。フロッピーでもMOでも同じサイズで大丈夫です。ただし、下から20～25mm程度は折り返し部分になるので空けておいてください。折り返し部分には書き込み防止用のツメの位置を記入しておくと便利ですが、なくてもかまいません。

フロッピーやMOディスク専用のラベル用紙にプリントするのがいちばんいいのですが、もし、ノーカットのラベル用紙にプリントしたものをカッターなどで切り抜いて使う場合は、後ではがすことができるように粘着力の弱いものを選んだ方がいいでしょう。

Orbit-B (P95掲載)
abcdefg ABCDEFG 12345

Blippo Black (P66掲載)
abcdefgh ABCDEFGH 12345



秘密のデータ保存用ディスクに貼るためのディスクラベルを作ってみた。フォントはサイバーなデザインのOrbit-Bを使用



書き込み防止用のツメの位置も入れておくといいだろう

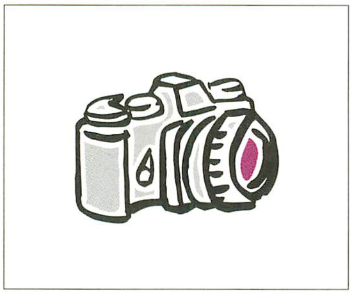
粘着力の強いラベル用紙は後で貼り替えるのが大変になる。再剥離が可能なものを選ぶのがコツだ

また、ラベルをデザインするときには、後で分類できるように色を変えたものを作っておくと便利です。例えば、赤はフリーウェア、青は表計算のファイルなどというようにしておけば、大事なデータを探し出すのが簡単になります。



幾何学的なデザインのフォント、Blippo Blackを使ったラベル。MとW、iとkが鏡写しのように対応している。文字をいろいろな書体に変えているうちに、こういうことを発見できたりするのだ





友達に描いてもらったイラスト。
今回はこの絵のタッチに合うフォントを選んだ

Formal 436

abcdefg ABCDEFG 12345674890

（P76掲載）

名刺／1

カメラマンの田中浩志さんは、独立を記念して自分の名刺を作ることにしました。他の人とちょっと違った名刺にしたかったし、すぐにカメラマンだとわかってもらうために、イラストの上手な友達にカメラのイラストを描いてもらいました。ちょっと切り絵風のイラストが、なかなかイイ味を出しています。

さて、田中さんはいつも自分の名前を「ひろしさんですか？」と読み間違えられるのがイヤだったので、売り込みもかねて、名前をローマ字で真ん中に大きく入れることにしました。

そこで悩んだのが欧文の書体、普通の明朝やゴシック（正式にはセリフとサンセリフといいます）ではつまらないと思った田中さんは、パーソナルフォントの中から、イラストのタッチにぴったりなFormal 436というフォントを見つけて、これを大きく扱うことにしました。

住所や電話、メールアドレスなども英数字なのでデザインフォントから選ぼうかとも思ったのですが、ここは正確さが大切。読み間違えられてしまったら大変なので、オーソドックスな日本語のゴシック体（平成角ゴシックW5）にしておきました。この名刺の印象は強かったらしく、仕事の方も順調なようです。

名刺／2



橋本さんの経営しているバイクショップは「KH」という名前です。最初はひとりだけで始めた小さなバイクショップだったのですが、チューンの腕を買われて、遠くからもお客さんが集まっています。そこで橋本さんは自分の名刺を愛用のVAIOでデザインしてみようと思い立ちました。取引先などに渡す正式の名刺は、印刷屋さんに頼んだものがあるのですが、お店に来てくれたお客さんに渡すためのカッコいい名刺が欲しいと思ったのです。

まずグラフィックソフトを起動して、名刺のサイズ（91mm×55mm）の枠の中に会社名と自分の名前、電話・FAXの番号とメールアドレスをアルファベットで打ち込み、フォントをいろいろ変えてプリントしてみました。その中で橋本さんが気に入ったのはSonicという書体。少しイタリックになっていて、スピード感のあるシャープなデザインのフォントです。バイクのチューンショップにはぴったり。

会社名にはこのSonicというフォントを使うことにしましたが、ちょっと困ったのが電話番号やメールアドレスの書体。本当はここも同じフォントにしたかったのですが、サイズが小さくなるとちょっと読みづらいようです。そこで、近い雰囲気を持っているけど、もう少しオーソドックスなCrilleeという書体を選んでみました。どうやらカッコいい名刺ができあがったようです。

印刷はお店にあるカラープリンタを使い、名刺サイズに切り込み線の入った専用紙を買ってきてプリントしました。1回のプリントで10枚の名刺が印刷できます。簡単に切り離せますし、切り離した後の仕上がりがきれいなのにも驚きました。また、インクジェット専用紙なので発色がきれいで、普通のカラープリント用紙よりも厚いので高級感があります。

橋本さんはツーリング先で知り合った人にもこの名刺をばらまいて、お店の宣伝をしているそうです。

ABCDEFGHIJKLM 1234567890

Sonic Extra Bold （P103掲載）

可読性はあまりよくないが、ロゴにはピッタリのフォント

ABCDEFGHIJKLM 1234567890

Crillee Italic （P73掲載）

強い個性はないけれど、読みやすいフォント



下の小さな文字までSonicを使ってしまうと、電話番号やメールアドレスなどが読みにくくなることもある。用途に応じて使い分けよう

ビデオラベル

それほど熱心に撮りためていた訳じゃないんだけど、いつの間にか録画したビデオが山になっていることはありませんか？　一応ラベルには手書きで中身を書き込んでいるんだけど、戸棚に並べてみると見た目がバラバラで、どうもカッコよくありません。

そこで、思い切って統一したデザインのビデオラベルを作ってみましょう。ソフトはMicrosoft Wordや一太郎でも、クラリスワークスでも、なんでもOKです。ビデオテープのメーカーによっても違いますが、だいたい18mm×148mmの枠にデザインしていきます。

今回は右端にジャンルや時間、録画日を入れて、タイトルは内容に合わせたデザインフォントを自由に選ぶようにしてみました。統一した部分を作っておくことと、タイトル文字の大きさを見た目で揃えることがポイントです。あまりそれぞれがバラバラなデザインだと、並べたときにうるさく感じてしまいます。

できあがったらラベル用紙にプリントアウトします。専用のラベル用紙を使ってもいいですが、ノーカットタイプのものでも大丈夫。よく切れるカッターでラベルを切り抜き、ビデオテープに貼りましょう。自作のラベルを貼ったテープがずらっと並んでいるとインテリアとしても壮観ですよ。



内容のイメージに合わせてフォントを選ぼう。
作例のフォントは上から順に、Bremen Bold（P67掲載）、Broadway Engraved（P70掲載）、Sonic Extra Bold（P103掲載）。共通部分のフォントはHandel Gothic（P84掲載）。日本語は平成角ゴシックW5

SERIE A 1999-2000
JUVENTOS vs AC MILAN
| SPORTS
| 3倍／保存版
| 1999/11/21

FAYE WONG LIVE
AT BUDOKAN
| MUSIC
| 120／保存版
| 2000/1/18

Ewan McGregor
TRAINSPOTTING
| CINEMA
| 3倍／保存版
| 1998/8/14

カード（ライブ招待状）

ロックバンドでギターを弾いている安西くんは、間近に迫った市民ホールでのライブになんとか友人たちを誘おうと思い、招待カードを作ることにしました。

しかし、パソコンに向かってはみたものの、デザインにはあまり自信がありません。とりあえず「SUMMER LIVE」というタイトルだけは決まっていたので、なんとかこれをロゴ風に見せようと思い、いろいろなフォントの見本を見ているうち、Candy Bitsというフォントに興味をもちました。ためしにインストールして、このフォントで文字を打ってみると、文字のついたマーブル・キャンディのイラストが画面に並びました。しかも、まっすぐ印字されるのではなく、本当にキャンディをばらまいたように、上下に踊りながらキャンディが出てきますし、シフトキーを押しながら打つと黒いキャンディになります。

「これは楽しい」と、すっかりこのフォントが気に入った安西くんは、このフォントでライブのタイトルを入力し、大きく拡大しました。

次に、誰が出演するのかがわからないと困るので、メンバーとゲストの名前をStaccato 555というパンクロック風のフォントで印字し、素材集CD-ROMに入っていたギタリストのイラストを横に置きました。ギタリストはちょっとリッチー・ブラックモア風で、安西くんのバンドとはテイストが違うかな、と一瞬考えたりもしたのですが、あまり細かいことを気にしないのが彼のいいところです。

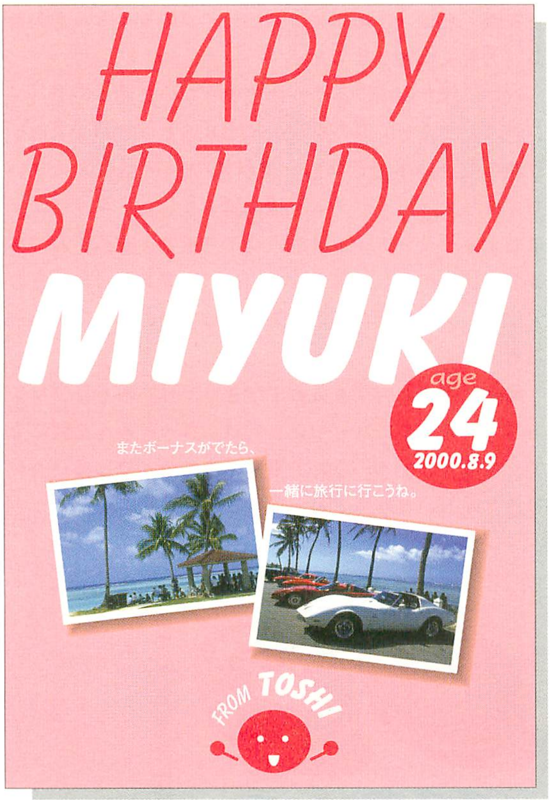
最後に会場と時間を入れてできあがり。あとはプリントして友人たちに送りつけるだけ。きっとみんな観に来てくれるでしょう。これで真夏の夜のライブは盛り上がること間違いなしですね。





CandyBitsほど個性の強いフォントも珍しいだろう（P71掲載）

バースディカード



BALLOON LIGHT

BALLOON BOLD

BALLOON EXTRA BOLD

（P59-61掲載）

欧文フォントには太さの違うファミリーをもっているものが多数あるが、ディスプレイフォントでファミリーのあるものは少ない。同じファミリーで統一するとデザインがすっきりして見える

トシくんはフィアンセのミユキさんの誕生日に、いよいよ結婚を申し込もうと考えています。両方の家族も公認の間柄なのでそれほど緊張することはないのですが、やはりそこは一生のことなので、さすがに覚悟が必要なんです。とりあえず心配なのは婚約指輪を買わなくちゃならないってこと。しかし、指輪を買ってしまうと誕生日のプレゼントにまで手が回りません。考えた末にトシくんはバースディプレゼントは手作りのカードと花束くらいで許してもらおうと決めました。花束くらいなら予算内でなんとかなりそうです。

バースディカードもあまり普通のものじゃなく、ふたりだけの思い出を使いたいと考えたトシくんは、去年のクリスマスに行ったハワイ旅行の写真を入れることにしました。“HAPPY BIRTHDAY MIYUKI”の文字は手書き風のBalloonというフォントを選び、LightとExtra Boldのファミリーで太さを変えます。このように同じフォントファミリーの中で違う太さのものを選ぶと、デザインに統一感が出て見た目もすっきりしますし、しゃれた感じがします。

今回は文字をめいっぱい大きくして、逆に写真を小さくしてみました。スキャナで取り込んだ写真はただ配置するのではなく、白フチとドロップシャドウをつけて少し斜めにレイアウトします。こうすると本当の写真が置いてあるような感じがするでしょ？ 写真の中の青い空や海が強調されるように、バックをピンクにしてみます。ピンクのような色はほかの色と組み合わせるのが難しいのですが、センスの良さが自慢のトシくんは赤とピンクの2色だけでバースディカードを完成しました。

DESIGIN

ファミリーを使ってロゴをデザインしてもおもしろい

ワインラベル

ワインブームも一息ついた感じがしますが、一部で静かなブームを起こしているのがオリジナル・ワインの制作。といっても本当に自分で作るのはラベルだけ。ワインの中身はワイナリーで選んだものをボトルに詰めてもらいます。これを赤ちゃんの誕生記念にして、二十歳の成人式には家族でそのワインを開ける、なんてちょっとしゃれていますよね。

山梨のワイナリーでオリジナル・ワインが作れることを知った田原さんは、結婚25周年の記念ワインを作って、知り合いに配ることにしました。

ワインラベルは手書きでもよいと言われたのですが、せっかくの結婚25周年ですし、やはりちゃんとしたデザインの方が雰囲気が出ると思い、最近ようやく使えるようになってきたパソコンで自作することにしました。

クラシカルな飾り罫の枠は、絵心のある奥さんが書いたものをスキャナで読み込んだものです。その中に「25 anniversary Wine」という文字を入れます。書体はカリグラフィ・スタイルのCloister Blackにしました。クラシカルな雰囲気がワインラベルにぴったりです。

ちょっと気恥ずかしい感じもしますが、2人の名前と結婚記念日も入れて、ラベルのデザインは完成しました。ラベルを貼ったワインはお世話になった人や友人に配った後、1本だけ大事にとっておいて、結婚30周年の記念日に開けるつもりです。





ワインのラベルにはちょっとクラシカルな雰囲気のフォントが似合う

abcdefghijklmnop
ABCDEFGHIJK
1234567890 (P72掲載)

ラベルに使用したフォントはCloister Black。このようなデザインのフォントをカリグラフィ・スクリプトとかブラック・レターという

パーティ招待状

ホームパーティの招待状などにもデザインフォントを活用しましょう。マナブさんは大のお祭り好きで、月に一度は友達を集めて自宅で飲み会を開きます。7月は「SUMMER PARTY」と称して、カラオケ大会を開く予定にしました。いつもは電話1本で集まってくる仲間たちですが、今回はちょっと気取って、招待状を作ってみます。

「SUMMER PARTY」というタイトルの書体にはAlphabet Soup Tiltというフォントを使いました。この書体はアルファベットをかたどったビスケット風のデザインとなっています。シフトキーを押しながら印字すると文字の傾きが逆になるので、パラパラと散りばめた感じになり、とてもポップで楽しい感じになります。さらにそれを強調するため、今回は1文字ずつ色も変えてみました。イラストは著作権フリーの素材集からもってきて、日時には丸ゴシック風のVAG Roundedというフォントを選びました。タイトルとイラストがカラフルな色なので、それ以外の文字はちょっと抑えぎみの色使いにしたのがポイントです。

ABCDEFGHIJKL

Alphabet Soup Tilt （P55掲載）

ABCDEFGHIJKLM

VAG Rounded （P117掲載）



MDラベル

　すっかりカセットテープに取って代わった感のあるMD。音質はCDとほとんど変わらないし、録音や編集が楽です。それにとても小さいので取り扱いが楽なのがいいですよね。

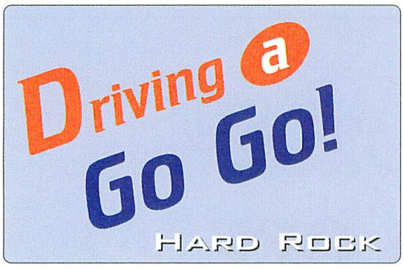
　見た感じもファッショナブルなMDには、それにふさわしいオリジナルのラベルをデザインして貼りましょう。ラベルのサイズは52mm×34mmの枠にします。専用のラベル用紙を買ってきてもいいですね。ノーカットのラベル用紙を自分で切り取るときは、使っているうちにめくれ上がってこないように角を少し丸く落としておくといいでしょう。

　ここではラブソングを集めたベストセレクションと、ドライブ中にカーステレオで聴くためのハードロック・セレクションのためのラベルを作ってみました。





使用フォントはBroadway Engraved



使用フォントはCrillee Italicと
Bank Gothic Medium（右下）



用途別のラベル用紙を活用しよう。ハガキサイズのものが各社から発売されている。購入時には自分のプリンタやソフトウェアが対応しているかどうかを確かめておこう

POPデザイン

お店に貼りだす簡単なポスターや値札のことをPOP（Point Of Purchase）といいます。販売促進用のツールとして、いろいろなお店で幅広く利用されています。

ここではカラープリンタとグラフィックソフトを使った、簡単なPOPの作り方を見ていきましょう。



Big Bargain
Ad Lib（P54掲載）

ALL ¥1980
Sprocket Deluxe（P106掲載）

Gift Fair
Geometric 885（P81掲載）

40% OFF
Stencil（P111掲載）

Clearance Sale
Amelia（P56掲載）

SPECIAL PRICE
Umbra（P116掲載）

1 まず、紙の大きさが決まったら、書体などは気にせずに、とりあえず原稿を打ち込んでみましょう。あまりいろいろと書き込むと効果が半減しますので、なるべく簡潔に！ 今回はクリスマスセールのPOPなので「X'mas Sale ワゴンの品 50% OFF」と入力します。



2 テキストに合わせてフォントを選んでいきます。アルファベットや数字は欧文のデザインフォントから選ぶといいでしょう。イメージにピッタリくるフォントを探し出してください。50% OFFのところは特に目立たせたいので、Vinetaという立体的なフォントを選びます。日本語フォントは標準のもの（今回は平成角ゴシックW5）をそのまま使いました。



3 文字のサイズを変えながらレイアウトを検討していきます。目立たせたい部分は思いっ切り大きくして、メリハリを利かせてみるのもいいでしょう。また、このようなデザインをするときには、文章がひとつながりになってしまうワープロソフトより、文字をブロックごとに拡大や移動ができるドロー系のグラフィックソフトが便利です。Windowsだったら CorelDRAW や Microsoft PowerPointがいいし、Macintoshには Adobe Illustrator や Macromedia FreeHand というプロ向けのソフトがあります。







4 著作権フリーの素材集やイラスト集はPOPを作るときにとても便利なので、ぜひ用意しておきたいところです。インプレスからは「改訂版 いきなりつくれる!! POPデジタル素材集 Windows版」というCD-ROM付きの書籍も出ていますので参考にしてください。今回は素材集CD-ROMからクリスマスのイラストをコピーしてきました。

5 色をつけたら、カラープリンタでプリントアウトします。色を使うときの注意ですが、あまり何色も使いすぎないことに気をつけてください。どうしてもごちゃごちゃとうるさくなって、見た目のインパクトが薄れてしまいます。それから、カラープリンタではできるだけ専用のカラープリント用紙を使ってください。普通のコピー用紙などを使ってしまうとインクが沈んでしまい発色が悪くなります。お店の中に貼るときには光沢のないタイプの方が反射しないので見やすいでしょう。あとは、モニタの色をあまり信じすぎないで、必ずテストプリントをしましょう。モニタとプリンタでは色の表現方法が違うので、まったく同じ色になることはありません（プロのデザイナーも、いつもそれで苦労をしているんです）。

6 さらに凝ってみたい人は、プリントしたPOPを「ハレパネ」などの糊つきスチロール・パネルに貼るといいでしょう。厚みが出るとぐっと見栄えが良くなります。店頭での注目度も上がるかもしれません。

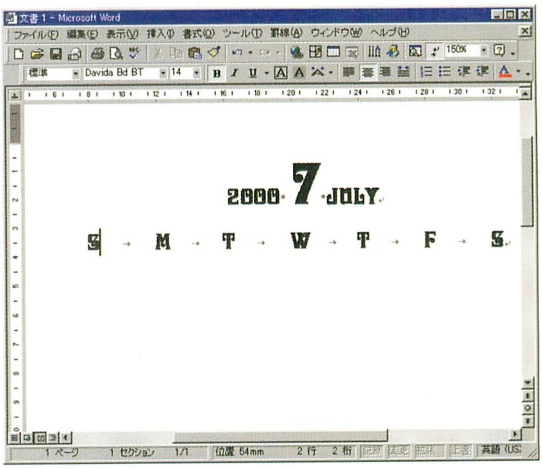
カレンダー

ワープロでもカレンダーが作れるのをご存じですか？カレンダーは毎日のように見るものなんだから、自分で気に入ったようにデザインしちゃいましょう。

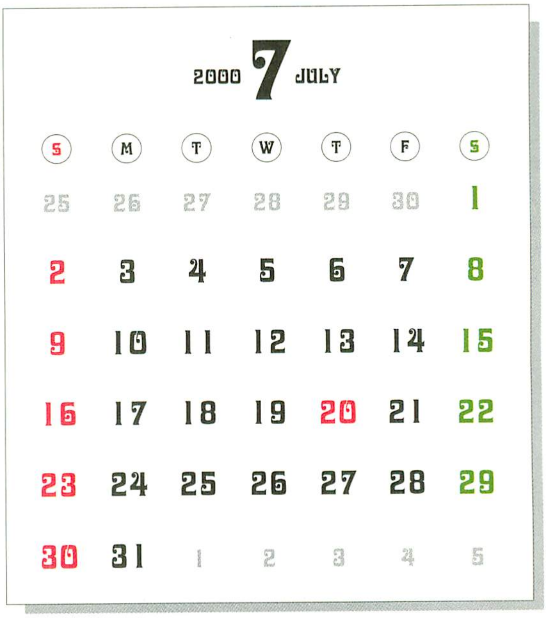
写真やイラストを入れたカレンダーもいいけど、今回は数字だけのシンプルなものを作ります。そこで大切なのはフォントの選択ですね。Davidaというフォントは、なんとなくアジアか中東の文字に似ていて不思議な雰囲気をもっています。気に入ったのでこれに決定しました。

まず最初に年月を入れたら、その下に曜日を打ちます。今回はアルファベット1文字にしてみました。曜日と曜日の間はタブで揃えます。タブの使い方がわからない人はワープロのヘルプかマニュアルを参照してください。文字をきれいに並べるときや簡単な表組みをするときなどは、スペース（空白）で揃えるのではなく、タブを使うと仕上がりに差がつきますよ。この機会にぜひタブの使い方をマスターしてください。

あとは順番に数字を打ち込んでいくだけ。土曜日と休日の色を変えたら、世界にたったひとつのオリジナル卓上カレンダーができあがりです。



グラフィックソフトがなくても、ワープロで卓上カレンダーが作れる

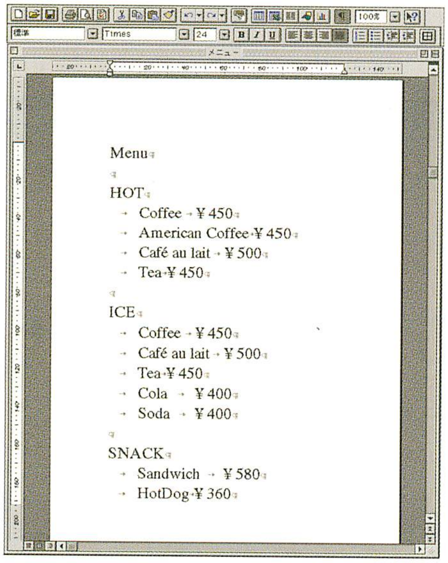


DAVIDA BOLD 1234567890

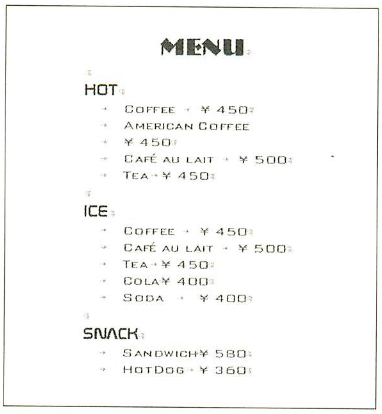
（P74掲載）

メニュー

喫茶店やスナック、レストランなどのメニューにもデザインフォントを活用しましょう。先のカレンダーと同じように、ここでもワープロを使ってメニューを制作してみます。



1 まず、とりあえずメニューの原稿を作ります。この時点ではフォントのことなど気にせずに入力していきましょう。

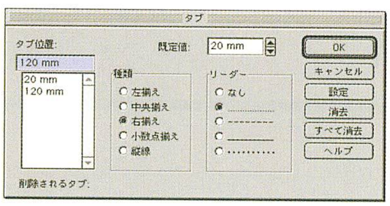


2 次に、文字を気に入ったフォントに変更してみます。おおまかなレイアウトや文字サイズの変更などもこの時点で行った方がいいでしょう。

3 メニューと金額の間はカレンダーのときと同じようにタブで揃えます。今回は右揃えのリーダー罫付きタブにしました。自分でドットや中黒を入力していくと料金の並びがうまく揃わなくなることがありますが、タブを使えば簡単にできます。

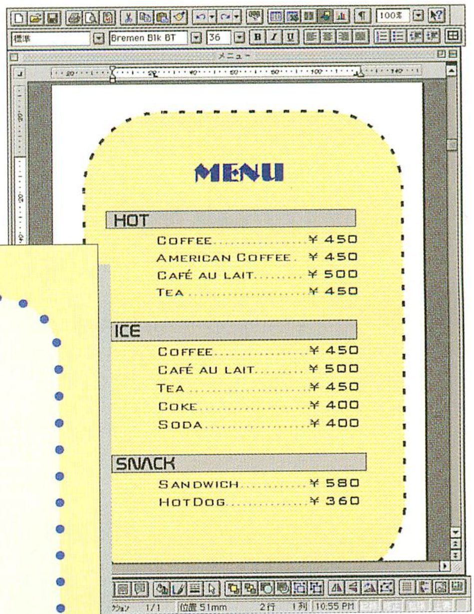
4 文字のレイアウトが終わったら、図形ツールなどを使って囲み罫や地色などの設定をしていきます。あとはプリントアウトすれば完成。

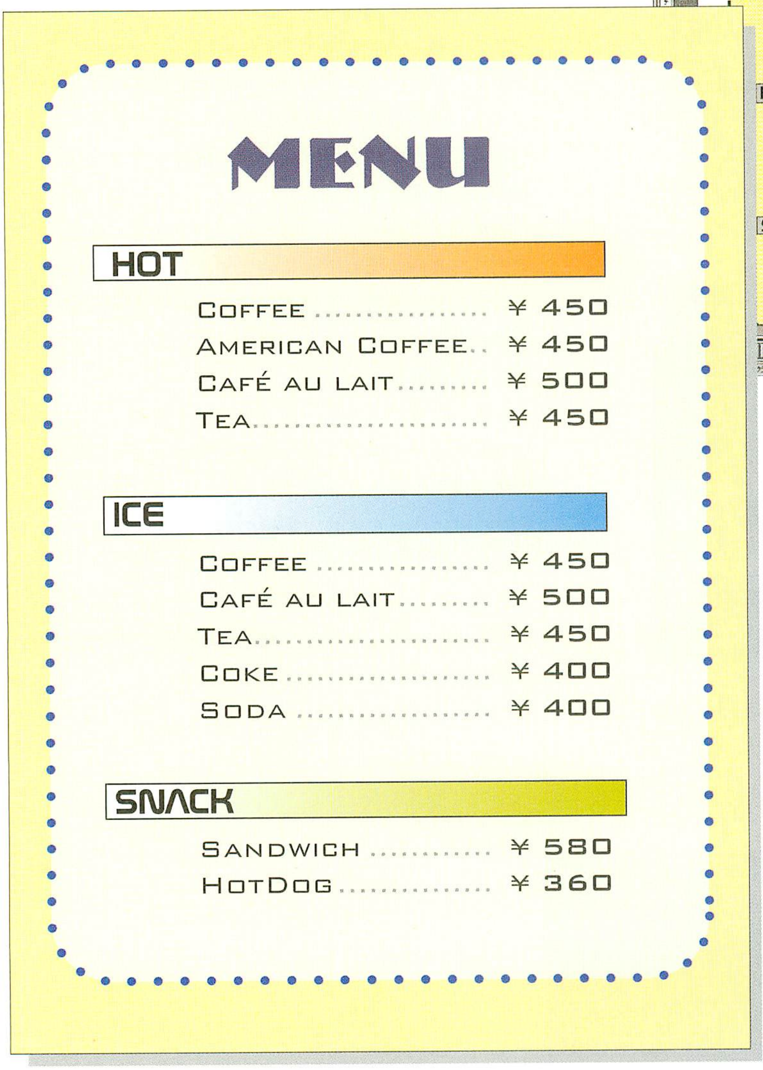
グラフィックソフトではなく、ワープロでメニューを作っておけば、追加や料金の変更などにも簡単に対応ができるのでとても便利です。ぜひオリジナルのメニュー作りに挑戦してみてください。



簡単な表組みや料金の表示位置を揃えたり、目次やメニューなどのように文字と文字の間にリーダー罫を入れるには、タブを利用しよう

図形ツールを使ってメニューを仕上げていく。メニューは読みやすさが大切なので、あまり凝りすぎない方がいいかも





BANK GOTHIC LIGHT (P62掲載)

BANK GOTHIC MEDIUM (P63掲載)

メニューのフォントはBank GothicのLight、金額の部分だけはMediumに変えてある。
また、MENUの文字はBreamen Black、HOT／ICEの文字はSpace Boldを選んだ

個人ホームページ

ホームページをもっている人は、タイトルなどにデザインフォントを活用してください。グラフィックソフトで文字を書いたら、GIFやJPEGのファイルにして保存します。タイトル文字の保存にはGIF形式の方がいいでしょう。GIFの場合は色数を落としてデータサイズを軽くします。表示に必要ない余白の部分はトリミングしておくことも忘れずに。

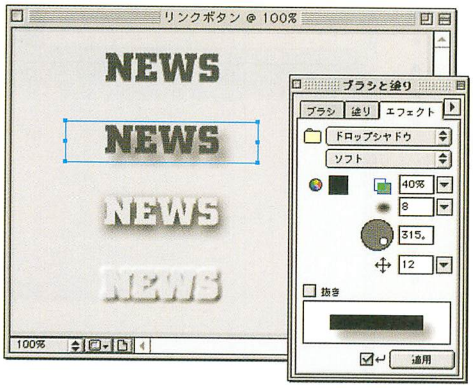
色数はなるべく少ない方がいいのですが、あまり少なすぎても画像が荒れてしまいます。最近はプレビューを見比べながら色数や圧縮率を決められるホームページ制作用のグラフィックソフトがありますので、ぎりぎりのところを選びましょう。

また、こういったホームページ制作用のグラフィックソフトでは、文字にドロップシャドウやエンボスなどの立体効果をつけることができます。リンク用のボタンなどが簡単に作れますし、表現の幅が広がりますから、ホームページ・デザイナーを目指す人は必携です。

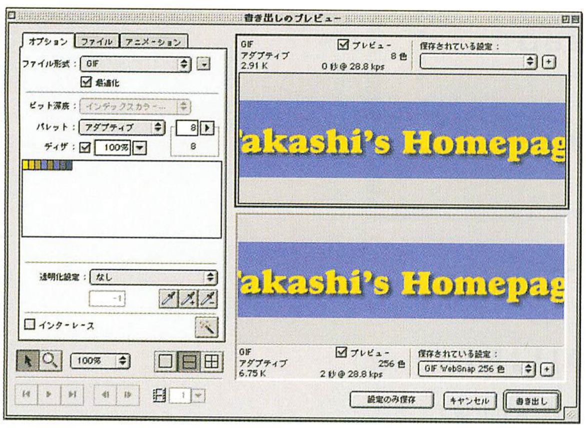
でも、タイトル以外の細かな文字までもグラフィックファイルにしてしまうと、表示に時間がかかる重たいページになってしまいますからご注意を。



まわりの余白部分が残っていると、データが重くなって表示時間のかかるホームページができてしまう。きっちりとトリミングしよう



ホームページ作成用のグラフィックソフトには、文字にシャドウやエンボス加工ができるものがある。画面はMacromedia Fireworksを使っているところ



デザインフォントで作ったタイトル文字をグラフィックに書き出す場合は、JPEGよりもGIF形式がいい。サイズを小さくするために、なるべく色数を落としておこう



abcdefgh ABCDEF 12345 GoudyHeavyface（P82掲載）

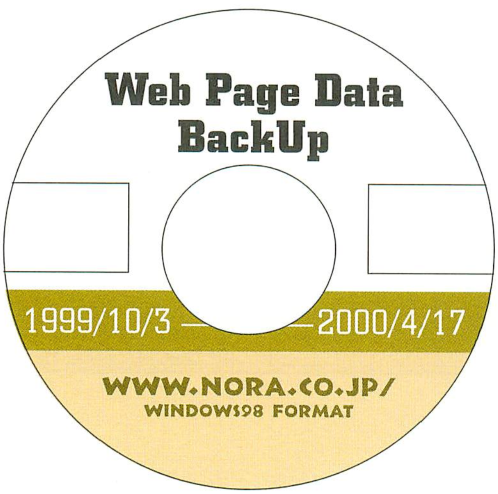
abcdefgh ABCDEF 12345 Square Slabserif 711 Bold（P108掲載）

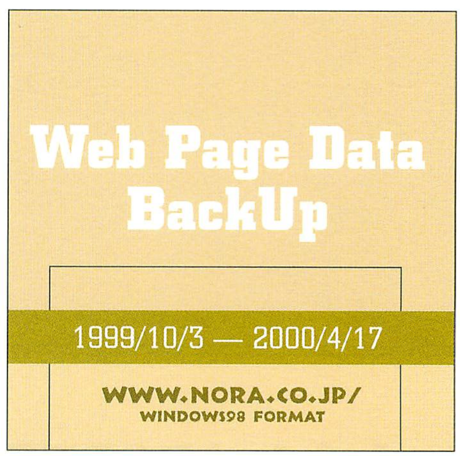
CD-Rレーベル



データのバックアップには何を使っていますか？ MOやZIPもいいけれど、いちばんのお勧めはCD-Rに焼いちゃうことです。MOなどはドライバ・ソフトの不良などで中のデータが読み出せなくなったり、間違えてデータを消してしまう可能性がありますが、一度CD-Rにしてしまったデータは消すことができません。表面に大きな傷さえつけなければ、ほぼ半永久的にデータを保存できます。それに、保存したデータを他の人に渡すときも互換性を気にせずに済みます。MOやZIPドライブは持っていない人もいますが、CD-ROMが読めないというパソコンユーザーはほとんどいないでしょう。また、メディアの価格が安いのもCD-Rの特徴。2000年の4月現在で650MBが1枚あたり150～200円程度ですから、ほかのメディアとは比べものになりません。

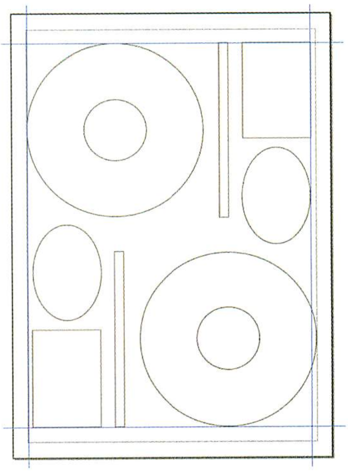
最近はCD-Rに直接印刷のできる専用プリンタも出てきましたが、ここではCD-R用のラベルシートを使ってみました。





Square Slabserif 711 Light（P107掲載）　**Square Slabserif 711 Bold**（P108掲載）　**INFORMAL 011**（P88掲載）

ドロー系のソフトを使って、買ってきたCDラベル用紙のレイアウトに合わせて位置合わせ用の罫線（トンボ）を引いておきます（この線は印刷前に削除します）。ラベル用紙に付属のソフトがついている場合はそれをそのまま使ってもかまいません。



ラベル用紙のレイアウトはラベルメーカーのホームページからテンプレートとしてダウンロードできることもある

ラベルの切り抜き線からはみ出す部分や地色などは、ピッタリにせず、少し大きめ（3mm程度）にしておきます。印刷が多少ずれても絵柄が欠けないようにしておくためです。

ラベルにはバックアップするデータの内容のほかに、日付とOSやフォーマット形式などを入れておくと、後で便利です。

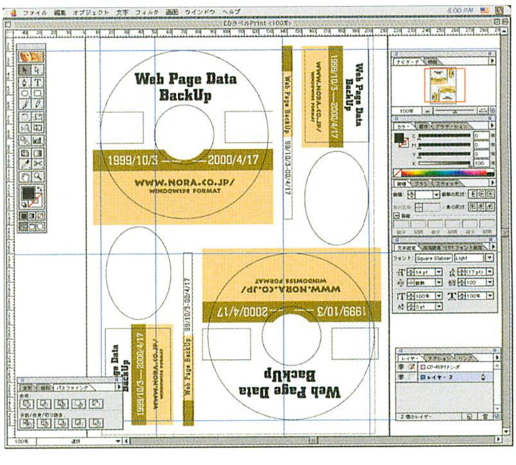
今回はプリントしたラベルをCD-Rに貼るのに、エレコムの「CD-Rラベル自分でつくろー」という製品を使用しました。この製品には10枚のカラープリンタ用ラベル用紙のほかに、Microsoft Word／一太郎対応のWindows版プリントツールソフトと、ラベルをCDに貼り込むためのCDケース型の「貼りつけラベラー」がセットされています。

貼りつけラベラーは、ケースの中にCD-Rとプリントして台紙からはがしたラベルをセットし、ケースの蓋を閉めるだけでぴったりとラベルを貼り込むことができるというものです。CD-ROMのように丸いディスクはラベルをずれないように貼るのが難しかったのですが、これによって簡単に貼り込むことができました。



CD-Rのラベルは専用のものを使わないと、読み込みができなくなることもあるので注意。また、ラベルを貼るときにズレてしまわないよう、専用のラベルキットを使った方が安心だ。写真左のCDケースは、エレコムの「CD-Rラベル自分でつくろー」に付属している「貼りつけラベラー」

CD-Rのレーベルが完成したら、同じデザインでCDケース用のジャケットカードも作成します。こちらは120mm×120mmの枠の中にデザインするだけ。普通のカラープリント用紙に印刷して、カッターなどで切り抜けば完成です。プリント用紙はフォト光沢などの厚手のものがいいでしょう。

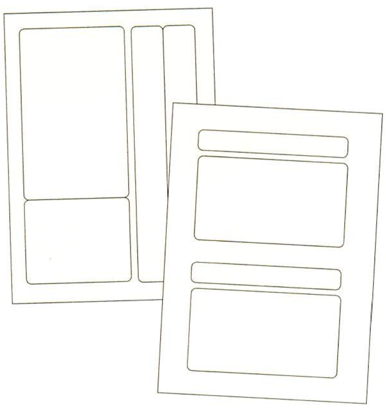


腕に自信があればドロー系のグラフィックソフトを使ってデザインすることもできる。画面は定番ソフトのAdobe Illustrator 8を使ってデザインしているところ

More useful information

ラベル用紙とプリント用ソフトウェア







本書に掲載してあるフォントを使った作例には、特別なソフトウェアやハードウェアを必要とするものはほとんどありません。OSはWindowsでもMacintoshでもかまいませんし、どのメーカーのカラープリンタを使っても大丈夫です。

しかし、ハガキやフロッピーディスクのラベル、CD-RやMDのレーベルなどサイズが決まっているものは、切り抜きの簡単な専用プリンタ用紙を使うと作業が楽になります。汎用のノーカット用紙を使う場合は、自分できちんとサイズを測る必要がありますし、カッターなどで切り抜く手間がでてきます。

ディスクのラベルやビデオのラベルなどは専用紙を使えば、プリントした後、台紙からはがして貼るだけなので、シール感覚でオリジナルのラベルデザインを楽しむことができます。最近は、後ではがすのに楽な再剥離接着剤を使ったものや、光沢・艶消しのほかに透明フィルムタイプやメタリック調のものなどもあります。

糊のついたラベル以外でも、カードタイプの専用紙にはいろいろな種類があります。簡単に切り離せる名刺用のカード紙や、ハガキサイズでもフチいっぱいまで裁ち落としのデザインができるように、今までのものよりもひとまわり大きくてミシン目が入ったものなどが出ています。

ただし、専用紙を使う場合に注意したいのは、切り取り枠の中にぴったりとプリントしなくてはならないこと。ちょっとでもずれてしまうと高価なラベル用紙がムダになってしまいます。専用のプリントソフトウェアか、ミリ単位でレイアウトを調整できるグラフィック系のソフトウェアを用意した方がいいでしょう。

もし専用紙を使わずに、自分で切り取り線までプリントして、カッターなどで切り抜くつもりでしたら、ソフトはなんでもかまいません。Microsoft Wordや一太郎のようなワープロでも大丈夫です。しかし、せっかくのデザインフォントを活用して自分も何か作ってみたいと思うのでしたら、専用のソフトウェアを用意した方が楽に作業ができます。ここではプリント用のソフトウェアをいくつか紹介してみましょう。

プリント専用ソフトウェア

ラベル印刷のための専用ソフトにはジャストシステムの「ラベルマイティ」やコーパスの「夢ぷりんと」のほか、ラベル用紙メーカーから出ている「印刷工房2001」や「ラベルプロデューサー」「ラベル屋さん」などがあります。こういったソフトウェアにはクリップアートや背景デザインのテンプレート（ひな形）が付属されていたり、簡単にラベル印刷を楽しめるようになっています。

手順も簡単で、最初に作りたいラベルに合わせた専用のラベル用紙を買ってきます。ビデオテープ用やフロッピーディスク用など、さまざまな用途のものが販売されていますので、ご自分のプリンタで使用できるものを買ってきましょう。

それではまず、本書のフォント見本帳から使いたいフォントを選んで、ご自分のパソコンにインストールしておきます。インストール方法はP47を参照してください。



「ラベルマイティ」はWindows専用。CD／名刺／写真シール／ビデオラベルなど、あらゆるラベルが作れる。写真やイラストなどのクリップアートやデザインテンプレートも多数付属している。対応用紙もエーワン、コクヨ、ヒサゴ、ライオンなど14社と、市販のほとんどのラベル用紙を選ぶことができる



「夢ぷりんと」も同じようなラベルプリント専用ソフト。こちらもWindows専用で、対応用紙は実に1,500種類以上という

また、Macintosh対応のソフトなら、（株）メディア・ナビゲーションから「らくちんプリント」が発売されている



ジャストシステムの「ラベルマイティ」ホームページ。最新の用紙情報がダウンロードできる
http://www.justsystem.co.jp/label/

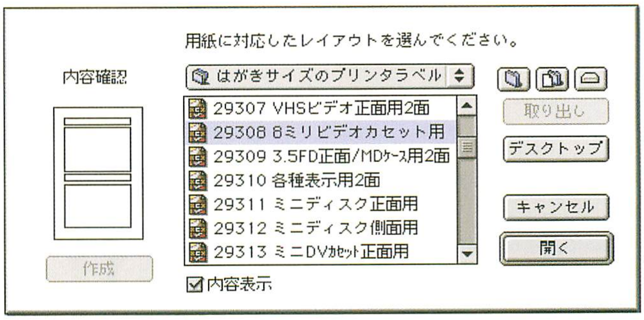
次にソフトウェアを起動して、ラベルのメーカーと型番を選びます。最新のラベルなどでまだソフトウェアが対応していない場合は、ソフト会社のホームページなどでアップデータを探してみてください。

さあ、フォントを使って自由にレイアウトしましょう。デザインについては本書の作例などを参考にしてください。ソフトウェアにテンプレートやクリップアートがある場合はそれを活用してもいいでしょう。デジタルカメラで撮った写真なども活用するとオリジナリティあふれるラベルができます。

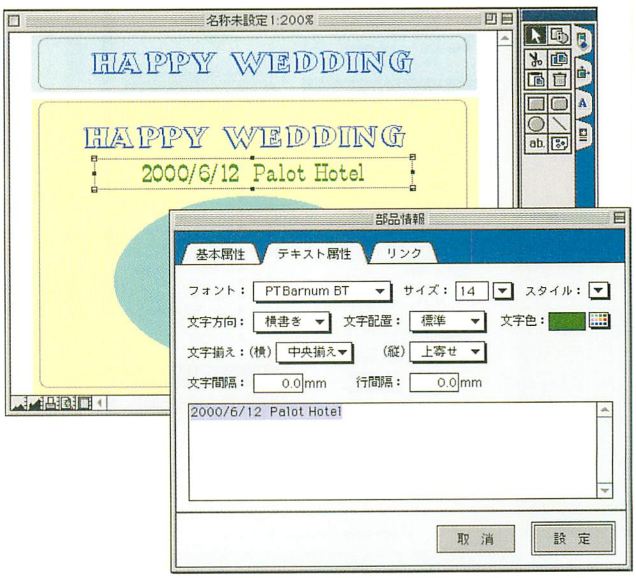
ラベルのプリントに慣れていない人は、正式なプリントの前に普通紙でテストプリントをしておくと安心です。本プリントのときはラベルの上下とウラオモテに注意して用紙をセットしましょう。



フリーウェアのプリントソフト「ラベル屋さん」はラベル用紙メーカーのエーワンが配布している。自社のラベル用紙にしか対応していないが、無料で入手できるため手軽に試せる



「ラベル屋さん」を起動して「新規作成」を選ぶと、印刷するラベル用紙を一覧から選ぶことができる。エーワンから現在販売されているプリント用紙の種類の多さにびっくりするだろう



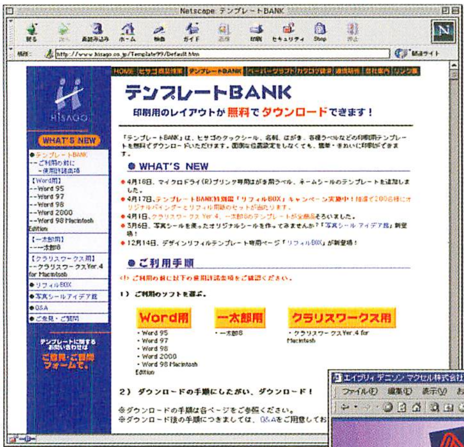
デザインフォントを使ってラベルのデザインをしてみよう。1枚だけデザインすれば、後はソフトが自動的に用紙に合わせて連続印刷してくれるので、コピーしたり回転したりする必要はない。完成したら、後はプリントするだけだ

こういった専用のソフトウェアがなくてもラベル印刷は可能です。ラベル用紙を販売しているメーカーのWebサイトに行くと、フリーウェアのプリントソフトがダウンロードできますので、それを活用してもいいですし、Microsoft Wordや一太郎、クラリスワークス（Appleワークス）などの中にはラベル用紙に対応した印刷用テンプレートが付属していることもあります。

それ以外でも、位置決めを自分でやらなくてはならないのがちょっと面倒ですが、Adobe Illustratorや、Corel DRAWなどドロー系のグラフィックソフトでラベルやPOP、カードなどを作ることができます。自分が使いやすいソフトを見つけてください。



「ラベル屋さん」はエーワンのホームページから自由にダウンロードできる
http://www.a-one.co.jp/info/download/downld.htm
Windows95/98版とMacintosh版があるので、自分の環境に合った方を選ぼう。どちらも高機能で使いやすい



用紙メーカー・ヒサゴのホームページからは、ヒサゴの用紙に対応したMicrosoft Wordや一太郎、クラリスワークスのテンプレートがダウンロードできる
http://www.hisago.co.jp/



エイブリィ マクセルのホームページからも、Windows対応の「ラベルプロデューサーLight」やクリップアートなどが無料でダウンロードできる
http://www.averymaxell.com/

欧文フォントの基礎知識

フォントを活用するために

本書に付属のCD-ROMには、WindowsやMacintoshで使用できる欧文フォントが60書体入っています。この60書体は、アメリカのビットストリーム社がライセンスをもっている数千書体の中から、グリーティングカードやお店のPOPなどを作るときに役に立つパーソナルフォントを選んだものです。

“パーソナルフォント”というのは聞き慣れない言葉ですが、本文などを組む以外の用途に合わせて作られた、タイトルや見出し用のディスプレイフォントのことを、本書ではパーソナルフォントと呼んでいます。

パソコンが普及したおかげで、今までデザインに縁のなかった個人でも、プロのデザイナーと同じような書体を使うことが可能になりました。ホームページを作ったり、年賀状やクリスマスカード、パーティの案内状などもカラーできれいにプリントできます。しかし、かっこいいデザインにするのはなかなか難しいもの。何かいい方法はないかと思っている人は、もっと欧文フォントを活用してみましょう。

絵やイラストが描けなくても、書体の選び方ひとつでぐっとデザインがよくなることがあります。プロのデザイナーは必ず自分のお気に入りの書体をいくつかもっていますが、プロが使っているような日本語のフォントはまだまだ高価で、私たちが何十種類もの書体を用意することはできません。しかし、欧文フォントならプロと同じものをたくさん使えます。タイトルや数字の部分だけでもパーソナルフォントに変えることで、本書の作例集のように、あなたのデザインセンスを表現することができます。これを活用しない手はありません。

ここでは本書に収録されているフォントを活用していただくために、欧文フォントの基礎知識を解説しようと思います。意外に知られていない欧文フォントの世界ですが、現在は2万書体以上ものフォントが流通しているといわれていますし、それぞれに特徴や歴史があります。欧米では専門書も数多く出ていて、グラフィックデザイナー以外にも研究者や愛好家がたくさんいるという奥の深い世界なのです。パーソナルフォント以外の文章組み用フォントについても触れますが、もし興味をもった方は本書の姉妹編である『TrueTypeフォント パーフェクトコレクション』も手に取ってみてください。そちらでは本文用に使えるフォントを中心に、なんと500書体ものTrueTypeフォントが付属してきますし、英文を組むときの注意点や使い方のノウハウなども掲載しています。

Futura
ABCDEFGHIJKL
abcdefghijklmnop
1234567890

この解説文は本書の姉妹編である『TrueTypeフォント パーフェクトコレクション』（インプレス刊）の、「欧文フォントを活用しよう」（P143）から抜粋、改訂したものです。

フォントが国家を代表する？

私たち日本人にはあまりピンときませんが、書体にはそれぞれ、使われてきた歴史があります。例えば、ナショナリズムを想起させるイメージがある書体をご存じですか？ 漢字でも、これはなんとなく中国的な書体だな、なんてイメージのするものがありますけど、ヨーロッパではもっと“国家のイメージ”をもった書体があります。

ヨーロッパやアメリカ大陸では、言語が違っても、ほとんどの国がローマ字のアルファベットを使用します。そのため、私たち日本人にはわかりにくい“書体のもつイメージやニュアンス”が一般的な共通認識としてあるらしいのです。

例をあげてみましょう。フーツラという書体はバウハウス【注1】の影響を受けたデザインで、ドイツをイメージさせるといわれています。ユダヤ系の人たちの中には、公用文書にフーツラを使うことを嫌がる人がいるそうです。それは、やはり1920年代の後半に生まれたこの書体が、ファシズムの時代を連想させてしまうからということ（フーツラの名誉のために付記すれば、ナチスは実際には反バウハウスですし、この書体を生んだパウル・レナーは反ファシズムでした）。

また、ガラモンドという書体はフランスをイメージさせますので、きちんとしたイタリア料理店のメニューなどにはこの書体は使いません。逆にボドニはイタリア的な書体として扱われます。この他にも、どのコンピュータにも基本書体としてインストールされているヘルベチカはスイス的で、ユニバースという書体はオランダをイメージさせるといわれています。まあ、現代では欧米の人たちも日常でそれほど意識をしながら書体を選んでいるわけではないでしょうし、私たち日本人が使うぶんには、これにあまりこだわりすぎる必要もないのですが、歴史を知っておいて損はありません。

Garamond
ABCDEFGHIJKL
abcdefghijklmnop
1234567890

Helvetica
ABCDEFGHIJKL
abcdefghijklmnop
1234567890

Bodoni
ABCDEFGHIJKL
abcdefghijklmnop
1234567890

Univers
ABCDEFGHIJKL
abcdefghijklmnop
1234567890

【注1】バウハウス
1919年にドイツで設立されたデザイン学校。建築や家具、織物やタイポグラフィに至るまで、近代合理主義をベースにしたデザイン教育・運動を行った。過多な装飾を排した機能主義を提唱し、世界のデザイン界に大きな影響を与えたが、1933年にナチスによって閉鎖された。

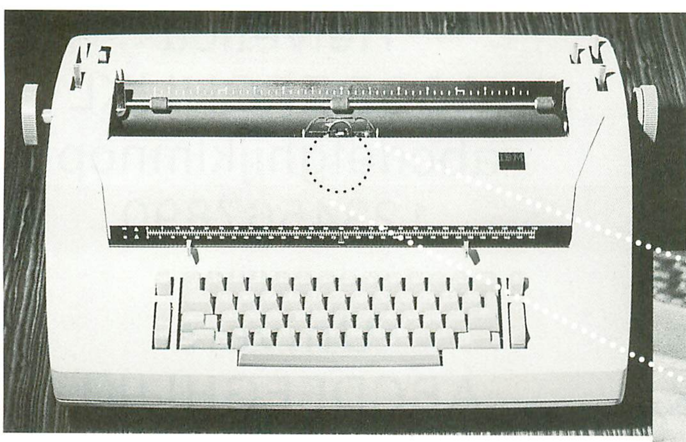
フォントと書体の違い

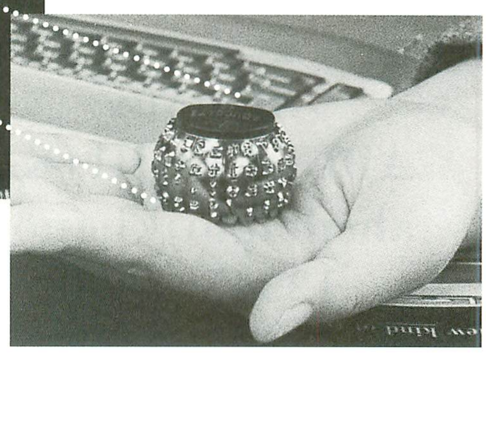
さて、今まで“フォント”とか“書体”という言葉を使ってきました。なんとなく同じ意味のような言葉ですが、このへんで用語を少し整理してみましょう。

“書体”というのは、文字を任意の法則やルールにのっとって、統一的にデザインしたものです。フォントというのは、この“書体”を、アルファベット、数字、記号などワンセット揃え、利用できるようにしたものです。「書体をデジタル化したものがフォント」なんて書いてある本もありますが、アナログの時代から“フォント”という言葉はありましたから、これは間違いです。ちなみにアナログ時代のフォントというのは、IBM製のタイプライターに用意されたボール型の換え活字セットのことでした。

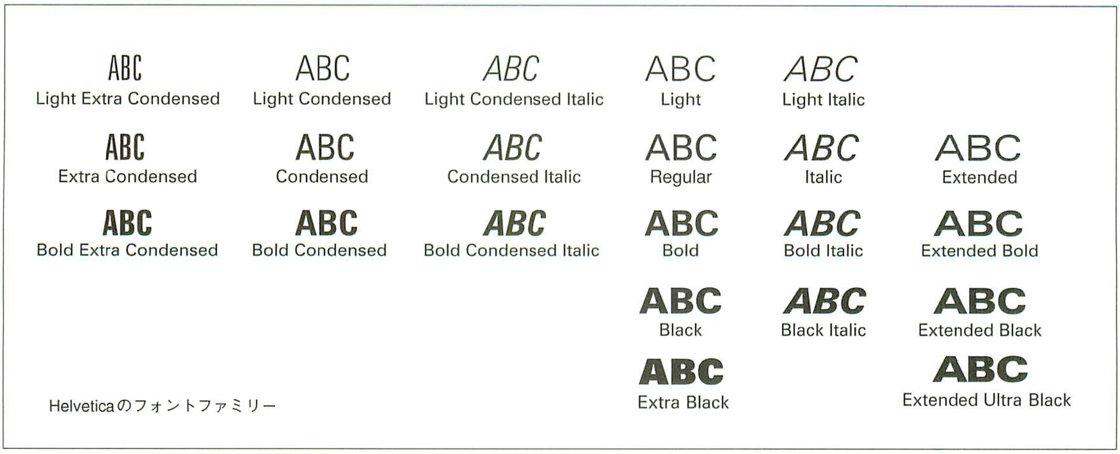
フォントにはそれぞれ名前がついていますが、これはデザインした人の名前だったり、メーカーの名前だったり、Timesなどは「Times」という新聞のために作られた書体だったりと、特に法則があるわけではありません。でも、フォント名の後についているファミリー名にはちゃんと法則があります。ファミリーに関しては後述しますね。

また、同じデザインのフォントでも発売するメーカーが違うと名前が変わることがあります。権利の関係で別の名前をつけるのですが、ユーザーにとっては覚えにくくなるのでちょっと困りますね。例えばHelveticaはコンピュグラフィック社では「Helios」、AM社では「Megaron」、オートロジック社では「Newton」、そして本書付属フォントのライセンス元であるビットストリーム社では「Swiss」と命名されています。これではあまりにも不便なので、欧米では各メーカー毎のどれとどれが同じデザインなのかを一覧にしたフォントリストがデザイナー向けに作られているほどです。





パソコンが出る前、「フォント」とはタイプライター用のボール型換え活字のことを指していた
写真提供：日本アイ・ビー・エム



Helveticaのフォントファミリー

フォントの家族たち

フォントのファミリーには法則性があるといいましたが、ファミリーとはウェイト（太さ）を変えたものやイタリック（斜体）、文字の幅を変化させたものなど、デザイン的に同じシリーズの中のバリエーションのことです。

標準的なウェイトには「Regular」「Medium」などがあり、それより細いものは「Light」、太いものは順に「Demi」「Bold」「Heavy」「Black」などと呼ばれます。フォントメニューの中では省略形で表示されているかもしれません。省略記号に関してはP65のコラムをご覧ください。

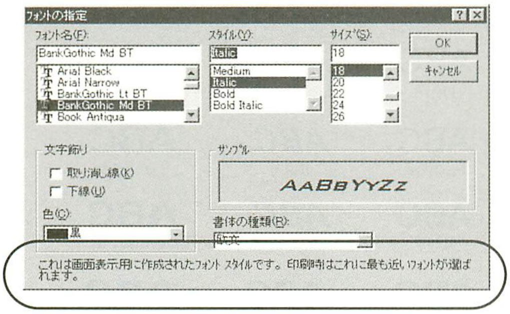
イタリックは「Oblique」（オブリーク）と呼ぶこともありますので覚えておきましょう。厳密には、標準書体を機械的に斜めにして若干の修正を加えたようなものが「Oblique」で、それに対し「Italic」はまったく新たにデザインし直されたものです。どちらも垂直に対して12度程度（文字によりますが）の傾きをもっています。また、文字の幅を狭くしたものは「Condensed」、逆に広くしたものは「Extended」です。

書体によってはすべてのバリエーションをもつ大ファミリー・フォントもありますし、ファミリーのまったくない孤独なフォントもあります。一般的にファミリーをたくさんもっているフォントはオーソドックスなもので、本書に付属しているようなディスプレイフォントでは、ファミリーのあるものは少ないのです。

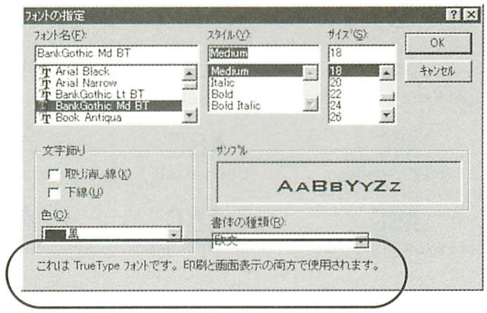
ファミリーのたくさんあるフォントを使う場合は、タイトル、本文、見出し、小見出し、注釈などを、すべて同じファミリーから選ぶと、デザインに統一感が出て落ち着いた仕上がりになります。

フォントファミリーの選び方

Windows上では、ボールド（太字）やイタリック（斜体）のフォントをインストールしてもアプリケーションのフォントメニューには現れません。ボールドやイタリックにしたいときは、ツールバーのボタンをクリックします。独立したボールドやイタリック体がインストールされていれば、



「画面表示用に作成されたフォント」とは、ソフトウェア的に太さなどを変更したものなので、印刷には向いていない



「印刷と画面表示の両方で使われるフォント」を選ぼう

ボタンをクリックしたときにWindowsがその書体を読み込むのですが、もしもない場合は自動的に元の書体を太らせたり斜めにして表示します。

今使っているフォントが独立したボールド体（もしくはイタリック体）なのか、ソフトウェア的に太らせて（斜めにして）いるだけなのかを知りたいときは、Microsoft Wordやワードパッドで書式メニューの「フォント」の項目のいちばん下を見てください。プレビューの下にそれが画面表示用なのか、単体のTrueTypeフォントなのかが表示されます。

Macintoshの場合はボールドもイタリックも独立してフォントメニューに出てきますので、間違える心配はないでしょう。

さて、WindowsでもMacintoshでもきれいなデザインを目指すのであれば、ソフトウェア的に文字を太くしたり斜めにして作成されたフォントではなく、できるだけボールドやイタリックでデザインされたフォントを使うようにしましょう。仕上がりにずっと差がつきますよ。

セリフとサンセリフ

次は書体のデザイン（形）について説明しましょう。和文書体が大きく明朝体とゴシック体に分けられるように、欧文書体も『セリフ』と『サンセリフ』に分けられます。

セリフというのは文字の端につくひげ飾りのようなもので、和文書体（明朝体）では「ウロコ」と呼ばれています。ですから、厳密には違うのですが、セリフ＝明朝と覚えてしまってもいいでしょう。サンセリフというのは「セリフのない書体」、つまり和文書体でいうゴシック体だと思ってください。

書体の歴史をたどってみると、紀元前、古代ローマ帝国の石に刻まれたアルファベットにはすで

Serif　明朝体
Sans Serif　ゴシック体

にセリフがついていました。後から装飾としてセリフがついたのではなく、セリフのついている書体の方が最初なのです。それに比べると、サンセリフは1800年代に入ってから広まったもので、セリフ体よりもずっと新しい書体なのです。

abcdefghijk
ABCDEFG

オールド・フェイス

abcdefghijk
ABCDEFG

トラディショナル

abcdefghijk
ABCDEFG

モダン・フェイス

abcdefghijk
ABCDEFG

クラレンドン

たくさんのセリフたち

セリフ体とひとくちにいっても、実はその中でたくさんの種類に分けられます。セリフの特徴はひげ（ウロコ）をもっていることですが、もうひとつ、タテの線がヨコの線よりも太くなっているものが多いこともあげられます。

セリフ体はこのタテとヨコの線の太さの差や、ひげの形状などで細かく分類されています。ガラモンドに代表される細身の「オールド・フェイス」では、タテとヨコの線の太さにあまり差がありません。ひげの結合部はブラケットと呼ばれる曲線になっています。ガラモンドはアップル・コンピュータ社のコーポレート・フォント【注2】としても使われている、優雅で上品なイメージの書体で、可読性も高いのが特徴です。

ボドニのようにタテとヨコの太さにメリハリが利いている書体を「モダン・フェイス」といいます。オールド・フェイスに比べると、ずっと幾何学的な印象があり、ひげも極細の線でできています。

また、オールドとモダンの中間的な書体を「トラディショナル」といいますが、“ここからここまでがオールド”といった基準がはっきりあるわけではないので、専門家でも判断に苦しむ書体があるようです。

この他にも、ポスターなどの広告用に使われた「クラレンドン／エジプシャン」などが有名です。この書体は、太く四角いひげをもち、タテとヨコの線幅にもあまり差がありません。

あまり厳密にこれらの分類を覚える必要はありませんが、一般的に文章を組むときは、本文をオ

【注2】コーポレート・フォント
企業がその会社のイメージ書体を定め、商品名や広告展開に使用すること。すでにある書体から選ぶ場合もあるし、新たにデザインされる場合もある。

ールド・フェイスで、タイトルや見出しをモダン・フェイスやクラレンドン／エジプシャンでということが多いようです。やはりあまりメリハリやコントラストの強い書体は可読性が良くないということなのでしょう。

サンセリフで広告を

ウロコのない和文書体のことはゴシック体といいますが、アメリカでもサンセリフのことを「ゴシック」と呼んでいたときがあったようです。今ではカリグラフィペンという幅広のペン先で書かれた装飾的な書体（ブラックレター）のことをゴシック体と呼ぶことがありますので、やはりサンセ

Helvetica
abcdefg ABCDEFG 123456

Futura
abcdefg ABCDEF 123456

Univers
abcdefgh ABCDEFG 123456

FranklinGothic
abcdefg ABCDEFG 12345

よく使われるサンセリフ書体

ABCDEFG
abcdefghijklmnop
1234567890

ゴシック体（ブラック・レター）
カリグラフィ・ペンによる筆記体。初期の印刷物などに使用された

リフと呼ぶ方が正しいでしょう。ちなみに、ドイツなどでは「グロテスク体」とも呼ばれています。

先ほども書いたようにサンセリフは歴史的には新しい書体なのですが、現代ではセリフと同じくらいポピュラーです。本文など長めの文章には可読性の高いセリフの方がよく使われますが、広告的なタイトルロゴやタイポグラフィはサンセリフの独壇場といってもいいくらいです。私たちが実際目にするアルファベットも、サンセリフの方が多いんじゃないでしょうか？

それは、サンセリフが生まれた時期が、高価な書籍を作るためだけの印刷ではなくなり、近代的な工業化によって、広告などの商業印刷の需要が広がった時期と重なるからかもしれません。カラー印刷や写真印刷がまだなかった頃は文字だけで組まれたポスターも多かったので、当時の広告デザイナーたちはみんな、スマートで現代的で、インパクトがあるこんな書体を待っていたに違いありません。

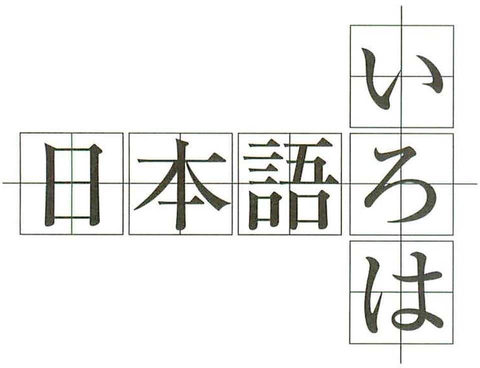
セリフとサンセリフ以外の書体

フォントには「セリフ」「サンセリフ」のほかにも、書き文字系の「スクリプト」や、本書に収録したタイトル文字などに使われる「ディスプレイ」など、細かく分類していくことができます。例えばフォントのライセンスで有名なITC（International Typeface Corporation）という会社のホームページでは、60以上もの分類から目的のフォントを探せるようになっています。一般的な知識としては、「セリフ」「サンセリフ」「スクリプト」のほかに「ディスプレイ」があるというくらいを覚えておくといいでしょう。

日本語とアルファベットの違い

それでは次に、アルファベットの文字は日本語の文字と比べてどこが違うのかを説明します。

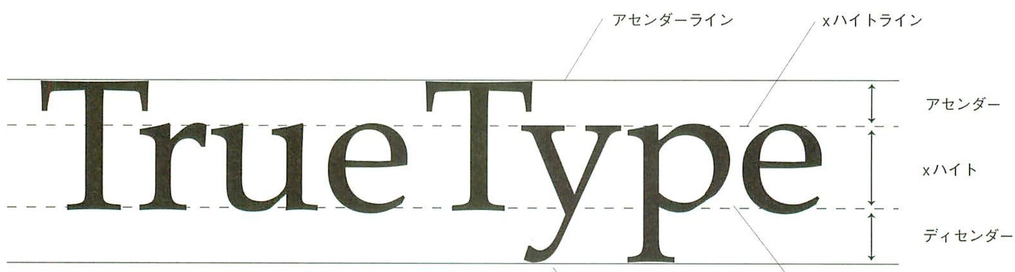
文字数：欧文書体はよく使われる記号を入れても約80～100文字なのに対し、日本語の文字は一書体あたり最低の第1水準でも3,000、商品として流通させるためには7,000、漢和辞典などではなんと5万文字以上が必要です。そのため、当然のことながら和文フォントは欧文に比べると高価ですし、種類も少ないのです。



日本語の文字はタテとヨコの中心線を基準にデザインされているので、タテ組みにすることができる。また、文字を囲う正方形のことを仮想ボディといい、フォントサイズの基準となっている

形体：日本語はひらがな、カタカナ、漢字ともに、仮想ボディと呼ばれる正方形の中でデザインされています。10ポイント（約3.5mm）の文字であれば、タテ10ポイント×ヨコ10ポイントの正方形に収まるようになっていて、その中心線を基準にデザインされているのです。ところが、アルファベットは先ほども説明したように、IとWのように幅が違うだけじゃなく、A、x、j、yなどのように、それぞれの文字で天地の位置が変わってきます。つまり、文字に中心がないのです。その代わり、文字をデザインするときはベースラインとアセンダーライン、ディセンダーライン、xハイトラインの4本の基準線をもとにしています。これが日本語とアルファベットの形体的な最大の違いです。

組み方：日本語の文字は中心に揃えることができますので、タテでもヨコでもきれいに組むことができます。長い文章はタテの方が読みやすいという人が多いのですが、ヨコ組みでもきちんとした組み方であればそれほど可読性が落ちるということはありません。しかし、欧文をタテに組むことはできません。世界中でもタテに組むことのでき



アルファベットは4つの基準線（メトリックス）にそってデザインされている

る文字は珍しいのです。また、日本語は「1行を20字」というように文字数を設定して組むこともできますが、欧文では文字の幅がそれぞれ違うので、1行に何文字入るかは実際にやってみなければわかりません。このように文字の幅に合わせて詰めていく方法を「プロポーショナル組み」(詰め組み)と呼び、原稿用紙のマス目のように1行の文字数を決めて組んでいく日本式の方法は「ベタ組み」【注3】と呼びます。

文字はコミュニケーションの基本

今まで日本語の文書を制作するときは、あまり書体を選ぶということがなかったかもしれません。しかし、グリーティングカードやPOPなどをパソコンに最初から入っている書体で作ってしまうと、やはり訴求力が落ちてしまいます。まずは英数字の部分だけでも本書に収録されているフォントを使ってみてください。今までとまったく違うイメージが広がりますよ。

文字はデザインだけでなく、コミュニケーションの基本なのです。それに、アートとしても文化としても非常に重要なものです。タテ書きができて、ひらがな、カタカナ、漢字に英数字までセットになっている日本語。発音記号がそのまま文字になっているハングル文字。右から左へ流れ、たくさんの合字【注4】で表されるアラビア語など、世界にはアルファベット以外でもいろいろな文字文化があります。ユニコードなどの出現により、パソコンで世界中の文字が扱えるようになる日も近いでしょう。

欧文フォントから始まる“文字を使ったデザイン”の世界へ、あなたもぜひチャレンジしてみてください。

深沢英次(ef@nora.co.jp)

参考書籍

『絵で見る欧文組版百科』	フランクJ. ロマーノ	社団法人日本軽印刷工業会
『欧文文字の基本』	田中正明	美術出版社
『欧文書体入門』	組版工学研究会・監訳	朗文堂
『書体を作る』	林隆男	ジャストシステム
『組版言論』	府川充男	太田出版
『本とコンピューター』	津野海太郎	晶文社
『Beyond The Mac is not a typewriter』	Robin Williams	Peachpit Press
『The Macintosh Font Book』	Erfert Fenton	Peachpit Press

参考URL

http://www.bitstream.com/	ビットストリーム社
http://www.itcfonts.com/itc/	ITC社(International Typeface Corporation)
http://www.ops.dti.ne.jp/~robundo/	朗文堂
http://www.adobe.co.jp/	アドビシステムズ社
http://www.sil.org/computing/fonts/	Fonts In Cyberspace
http://www.nacos.com/moji/	世界の文字

*本書に記載のURLは2000年5月現在のものです。予告なく変更されることがありますのであらかじめご了承ください。

【注3】ベタ組み
正確には、文字と文字の間のアキが0とならずに空けたり詰めたりした場合、たとえ1行の文字数が一律で決まっていてもベタ組みとは呼ばない。

【注4】合字
合字(ごうじ)とは、特定の2つ以上の文字が続いたときに別の形に変化する文字のこと。連字、抱き文字、リゲチャー(ligature)ともいう。